

## **REVEL NA ESCOLA: LINGUÍSTICA APLICADA A CONTEXTOS EMPRESARIAIS**

**Alexandra Feldekircher Müller<sup>1</sup>**

Universidade do Vale do Rio dos Sinos – UNISINOS

Antes de falarmos em Linguística Aplicada a contextos empresariais, cabe pensar um pouco sobre o que é a Linguística Aplicada (LA) e, com isso, destacar o importante espaço que abre a **ReVEL** para esta discussão.

Entendida como um campo interdisciplinar de estudos que foca suas investigações nos problemas reais de uso da linguagem, tanto dentro como fora do contexto escolar, contribuindo para suprir carências da sociedade nos vários aspectos em que o tratamento da linguagem é relevante (RAJAGOPALAN, 2011; MENEZES *et al.*, 2009), a LA vai além dos aspectos meramente teóricos vistos tradicionalmente pela Linguística com seus diferentes enfoques: Fonética e Fonologia, Morfologia, Sintaxe e Semântica. Hoje, a LA, como um campo já consolidado no Brasil, conquistou um grande espaço de trabalho e ainda o vem ampliando. Para além do espaço alcançado, que relaciona a LA ao ensino-aprendizagem de línguas, surgem outros temas de interesse por ela estudados no nosso país, como, por exemplo, o contexto empresarial e institucional.

A parceria de trabalho entre profissionais da Linguística e profissionais

---

<sup>1</sup> Doutora em Linguística Aplicada pela UNISINOS. Mestre em Lexicografia e Terminologia – UFRGS. Professora da UNISINOS.

das empresas é de total valia para ambas as esferas do conhecimento, pois a LA tem como objeto o estudo da linguagem em uso real, e as empresas, nos seus diferentes segmentos organizacionais, são permeadas pela linguagem e pelos problemas que o seu uso ou a sua compreensão equivocada podem ocasionar.

Nesse contexto, abre-se um desafiador espaço de investigação e de trabalho para os profissionais da LA no contexto da linguagem especializada das empresas, rompendo-se, assim, as barreiras universitárias que separavam o conhecimento produzido na academia das necessidades languageiras do trabalho e da vida em sociedade.

Vale destacar que é notório o envolvimento da LA com os estudos de gênero e fala-em-interação em contextos sociais e de trabalho, adentrando a LA em um universo que não apenas o do ensino-aprendizagem como inicialmente atuou (MENEZES *et al.*, 2009). Mais recentemente, a LA vem se voltando também para outras áreas de investigação, tais como a Comunicação Técnica, a Tradução, a Terminologia, a exemplo do que já fazem países da Europa e os Estados Unidos.

Diante disso, pode-se dizer que essa importante direção que assume a LA inserindo-se nos contextos empresariais tem um reflexo significativo não só nas esferas acadêmicas da pós-graduação, espaço por excelência de pesquisa e reflexão teórica e aplicada, mas também no contexto de formação dos futuros profissionais que atuarão nas empresas, os cursos de graduação em Letras. É cada vez mais importante o estudante dos cursos de Letras ter na sua formação não apenas uma preparação para atuar em contextos formais de ensino-aprendizagem, como as escolas, mas, também, em outros contextos que o profissional com formação linguística pode desempenhar tarefas significativas. A título de ilustração, em empresas, o profissional de Letras pode lidar com o léxico especializado por ela empregado e com todas as implicações que o seu uso pode manifestar.

Nesse contexto, caberá a esse profissional apresentar conhecimento aprofundado das “letras”, bem como da organização das empresas, como, por exemplo, o modo de estruturação de uma organização empresarial. Além disso, necessitará saber de que forma os estudos aplicados da linguagem podem auxiliar

na solução dos problemas enfrentados por uma empresa.

Os estudos aplicados a contextos empresariais não são muitos ainda, mas já começam a ser delineados no Brasil. O caminho percorrido em nossa tese de doutorado, “Terminologia empresarial: princípios de reconhecimento e de gerenciamento”, defendida neste ano de 2013, pode ilustrar a possibilidade de atuação em uma investigação em LA, assim como o trabalho de um linguista. Nessa pesquisa, por meio de um estudo de caso, foram realizados o delineamento dos principais problemas comunicacionais enfrentados por empresas, tanto públicas quanto privadas, bem como o levantamento de possíveis medidas a serem adotadas por elas para fazerem a gestão de todas as suas informações especializadas. Nesse sentido, cabe afirmar que a clareza dos reais parceiros comunicativos envolvidos no cenário de comunicação de uma organização empresarial, em seus diferentes segmentos, é um dos fatores que influencia diretamente no êxito do trabalho do linguista em contextos que não os da sala de aula com o ensino de língua.

Com relação às empresas ainda, cabe ao linguista, ou ao estudante em formação, ter consciência de que se trata de uma organização com vistas a exercer uma atividade particular, que produz e oferece bens ou serviços e que objetiva atender alguma necessidade humana com o intuito primeiro de obtenção de lucro, o qual é tomado como consequência do processo produtivo e retorno esperado, sendo, conforme os teóricos da área, o motor que impulsiona o andamento de todo o processo de gestão na empresa. Logo, todo e qualquer recurso que proporcione lucro ou diminuição das despesas em uma empresa é tido como sinônimo de valor para o setor, a exemplo da linguagem. Contudo, no Brasil, a questão da linguagem empregada dentro das organizações ainda é um aspecto pouco considerado (ou mesmo desconhecido) como um dos fatores de lucratividade pela maioria das organizações (MÜLLER, 2013).

Com relação ao uso da linguagem e ao processo de comunicação no contexto das empresas, resta também a observação dos profissionais de Letras, em especial aos alunos que frequentam os cursos de graduação, de que

[...] a qualidade da comunicação nos diversos setores de empreendimentos é uma questão complexa, pois comunicar-se não é uma tarefa fácil, em especial, se o contexto de comunicação envolver diferentes perfis de profissionais e, com eles, diferentes atividades de atuação. Num contexto empresarial, a comunicação pode ser dividida em interna e externa, segundo Tomasi e Medeiros (2009). A comunicação interna caracteriza-se por ser aquela exercida no interior da empresa entre os diferentes setores de gestão e os diferentes funcionários. Já a externa é conceituada como aquela praticada entre alguns setores da empresa e seus funcionários com o público externo – aquelas pessoas ou instituições que exercem algum tipo de relação de compra, venda ou troca com a organização. Por assim ser, os profissionais da comunicação empresarial entendem que ela, a comunicação, tem uma função especial a cumprir dentro das organizações (MÜLLER, 2013:43).

No que diz respeito às informações e à linguagem que circula nas empresas, os estudos sobre esses aspectos mostram ainda que “as informações não devem circular desarticuladas e de modo caótico, mas sujeitas a uma hierarquia de cargos e funções”, devendo ser geridas por um sistema informatizado que dê conta de gerenciar o fluxo interno e externo (TOMASI; MEDEIROS, 2009:34). Nessa linha, mais uma vez, a LA, junto à Linguística Computacional e à Tecnologia da Informação, por exemplo, tem um grande espaço de trabalho e de contribuição.

Dentre as possibilidades de trabalho do linguista no contexto empresarial, algumas das contribuições que são possíveis de serem oferecidas de um modo aplicado podem ser: atuar de modo a considerar como fundamental uma eficaz comunicação interna, sendo esta sinônimo de organização e de rentabilidade para a empresa; e olhar para a comunicação como customização na comunidade discursiva<sup>2</sup> integrante da empresa. Com a observação desses aspectos, os possíveis resultados do trabalho do linguista entre os membros da empresa serão mesmos objetivos e interesses; comunicação constante entre os membros; mecanismos próprios para possibilitar a interação entre eles; capacidade de desenvolver gêneros (tópicos de interesse e formas de comunicação); capacidade de desenvolver e usar léxico próprio (terminologia); e domínio de convenções

---

<sup>2</sup> Termo empregado por Swales (2004). Significa o conjunto de pessoas que integram aquele contexto comunicativo e compartilham seus princípios.

discursivas – o modo de dizer (entre membros experientes e novos) (MÜLLER, 2013:46).

Em síntese, o que podemos ilustrar, em termos de contribuição da LA a contextos empresariais, em especial com os estudos da Terminologia, é que olhar para a comunicação numa perspectiva linguística e terminológica auxilia a prática do profissional de Letras que consiste numa visão positiva que impulsiona um trabalho com princípios e estratégias que qualificam a comunicação, em especial no que se refere aos nódulos conceituais e referenciais (termos) da área de atuação da empresa (MÜLLER, 2013:48).

## REFERÊNCIAS

1. MENEZES, V.; SILVA, M. M.; GOMES, I.F. Sessenta anos de Linguística Aplicada: de onde viemos e para onde vamos. In: PEREIRA, R.C.; ROCA, P. *Linguística aplicada: um caminho com diferentes acessos*. São Paulo: Contexto, 2009.
2. MÜLLER, A. F. *Terminologia empresarial: princípios de reconhecimento e de gerenciamento*. Tese (Doutorado em Linguística Aplicada). Universidade do Vale do Rio dos Sinos, Programa de Pós-Graduação em Linguística Aplicada, São Leopoldo: UNISINOS, 2013.
3. RAJAGOPALAN, K. Entrevista com Kanavillil Rajagopalan: ponderações sobre linguística aplicada, política linguística e ensino-aprendizagem. In: SILVA, K. A.; SANTOS, L. I. S.; JUSTINA, O. D. *Revista de Letras Norte@mentos – Revista de Estudos Linguísticos e Literários*. Edição 08 – Estudos Linguísticos 2011/02. Disponível em: [http://projetos.unemat-net.br/revistas\\_eletronicas/index.php/norteamentos](http://projetos.unemat-net.br/revistas_eletronicas/index.php/norteamentos). Acesso em: 28 jul. 2013.
4. SWALES, J.M. *Reserch genres: explorations and applications*. New York: Cambridge University Press, 2004.
5. TOMASI, C.; MEDEIROS, J.B. *Comunicação empresarial*. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2009. 445 p.